



# **Camicissima**

## **Profilo e catena del valore aziendali**

**Realizzato per AssoLowcost**  
Ottobre 2008



Databank S.p.A. - Corso Italia, 8 - 20122 Milano - Italia  
Telefono (02) 721071 - Telefax (02) 72107333

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (1/5)

<p>Economie di scala e/o di apprendimento</p>	<p>Oltre 77 anni di tradizione ed impegno nel settore abbigliamento e un'attività da sempre molto focalizzata nella produzione e nella vendita delle camicie uomo hanno generato una forte conoscenza delle attività principali, dei materiali e dei processi produttivi e distributivi. Tutto ciò consente all'azienda di ottenere elevati risparmi dall'acquisto delle materie prime alla gestione dei punti vendita.</p>
<p>Economie di scala</p>	<p>L'azienda ha 80 punti vendita sul territorio di cui il 90% di proprietà. La dimensione della rete consente importanti economie sia dal punto di vista logistico, sia dal punto di vista della razionalizzazione delle risorse e della supervisione delle attività. I quantitativi di materia prima acquistati sono elevati e ciò consente di ottenere prezzi minori.</p>

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (2/5)

<p>Ampiezza di gamma</p>	<p>L'ampia offerta di prodotti e il vasto assortimento in termini di tessuti e di accessori (almeno 200 tessuti declinabili in funzione di 4 variabili di riferimento: colletto, manica, polsino, allacciatura), oltre che naturalmente in funzione della taglia (dalla 37 alla 50), consentono all'azienda di attrarre e fidelizzare un target ampio e spesso raffinato di clienti. Inoltre, la capacità di rinnovare mensilmente le collezioni, genera minori esigenze di magazzino e di stoccaggio con importanti economie per il punto vendita.</p>
<p>Organizzazione delle attività di produzione</p>	<p>Grazie alle moderne tecnologie di informazione e coordinamento, l'azienda è in grado di supervisionare tanto le attività di lavorazione dei tessuti quanto le attività di produzione e rifinitura svolte sia ad aziende italiane, sia ad aziende straniere verificando il rispetto degli standard qualitativi aziendali. Il tutto in maniera centralizzata e dunque più economica.</p>
<p>Gestione dei flussi informativi</p>	<p>L'azienda ha fatto sviluppare un sistema software proprietario che consente il monitoraggio in tempo reale dei punti di vendita e l'acquisizione di informazioni relative al traffico, alle vendite e allo scostamento rispetto al budget giornaliero, settimanale e mensile. Ciò consente all'azienda di reagire nei confronti del mercato con tempi estremamente ridotti riducendo il rischio di invenduto.</p>

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (3/5)

<p>Gestione dei canali distributivi</p>	<p>I punti vendita di proprietà (circa il 90%) e i punti vendita in franchising sono localizzati in comuni con almeno 50.000 abitanti, tale scelta li rende capaci di esprimere pienamente il potenziale in termini commerciali.</p> <p>Il punto vendita è inoltre allestito con cura dei particolari e arredato in modo elegante, moderno e funzionale, ed è in grado, grazie alla disposizione interna, di esaltare la qualità e l'assortimento dei prodotti, in un insieme estetico, armonico e fruibile, che trasforma l'atto d'acquisto in un piacevole momento di relax.</p>
<p>Advertising e comunicazione</p>	<p>La comunicazione è molto focalizzata ed incentrata sul marchio e, soprattutto, sull'offerta a prezzo bloccato di 4 camicie. 4 camicie 100% cotone a 99,90 euro è un messaggio che colpisce e grazie a questa strategia l'azienda riesce a ridurre il budget di comunicazione e ad ottenere elevati risultati in termini di awareness e di traffico nel punto vendita.</p>
<p>Gestione della forza vendita</p>	<p>Al fine di ottimizzare la produttività e i risultati, l'azienda opera attraverso una struttura organizzativa piramidale incentrata su tre livelli: retail manager, area manager e store manager. Il programma di incentivi individuali e di gruppo, che possono raggiungere fino al 50% della retribuzione di base, fa sì che chi opera in azienda si senta egli stesso imprenditore e sia motivato alla crescita del fatturato e alla soddisfazione del cliente.</p>